

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan antar produsen untuk memenangkan persaingan pasar saat ini semakin ketat. Berbagai usaha dilakukan oleh para produsen dengan memunculkan ide-ide baru untuk menyongsong segala keperluan maupun kebutuhan konsumen yang beragam. Salah satu cara agar sebuah perusahaan dapat terus berjalan adalah dengan mempelajari perilaku konsumen. Usaha tersebut dilakukan agar para produsen bisa terus memposisikan barang dan jasanya sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Kondisi yang selalu berubah mengakibatkan para produsen mengalami kesulitan dalam membentuk dan menciptakan pelanggan yang loyal. Perubahan dari kondisi ini juga mengakibatkan terjadinya pergeseran dari perekonomian diantaranya, dari produksi yang mengandalkan kemajuan teknologi beralih pada kepuasan konsumen yang mengutamakan pelayanan. Konsumsi kini yang semakin erat kaitannya dengan hal-hal yang berbau instan, terutama pada kalangan mahasiswa.

Tingginya aktivitas mahasiswa menyebabkan pola konsumsi pangan mereka berubah. Misalnya, mahasiswa semakin sibuk dengan aktivitas-aktivitas perkuliahan, sehingga mendorong mereka untuk memilih makanan yang penyajiannya lebih praktis tapi tetap beragam. Perubahan gaya hidup mahasiswa saat ini turut mempengaruhi pola konsumsi dengan maraknya makanan instan atau siap saji. Contohnya adalah mie instan. Makanan ini kian digemari sebagai salah satu makanan pendamping bahkan sebagai pengganti nasi.

Menurut mereka, mie instan adalah salah satu alternatif makanan yang dipilih jika mereka tidak ada waktu luang untuk memasak makanan rumahan, maupun disaat mereka malas. Alih-alih untuk memasak atau menyediakan makanan dengan menu gizi seimbang, mahasiswa lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan cepat saji. Kondisi tersebut menyebabkan tingginya perkembangan konsumsi mie instan dikalangan mahasiswa. Tingginya perkembangan makanan instan yang berbasis tepung terigu dari tahun ke tahun bisa dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Perkembangan Konsumsi Tepung Terigu Nasional

Sumber : Yuniarti, (2016)

Secara keseluruhan angka konsumsi tepung terigu nasional tahun 2006 mencapai 292.330 ton, angka ini naik sebesar 36% sepanjang tahun 2006-2015, sehingga pada tahun 2015 konsumsi tepung terigu nasional menjadi 396.477 ton (Yuniarti, 2016). Kebiasaan yang terjadi pada remaja dan usia dewasa muda (masa-masa mahasiswa) sekarang yang lebih memilih makanan cepat saji seperti mie instan memang sedang *tren*.

Pergeseran pola konsumsi yang kini sedang terjadi pada mahasiswa dimungkinkan karena mie instan dapat diproses dengan mudah, kemudian penyajiannya yang cukup praktis, keberadaan mie instan sendiri yang banyak dan tersebar dimana-mana, bisa memenuhi sebagian besar selera para mahasiswa dan terlebih lagi dikarenakan harga dari mie instan itu sendiri cukup terjangkau dibanding makanan lainnya. Kesibukan mahasiswa yang padat menjadikan mie instan sebagai pilihan utama untuk melepas rasa lapar. Mie instan juga dianggap mampu memenuhi kebutuhan karbohidrat, maupun energi yang dibutuhkan bagi tubuh, sehingga sudah menjadi kebiasaan bagi mahasiswa dalam mengonsumsi mie instan.

Perubahan pola atau gaya hidup, juga menjadi salah satu faktor pemicu terjadinya perubahan pola konsumsi dikalangan mahasiswa. Gaya hidup adalah pola dimana seseorang menghabiskan waktu dan uang yang dimilikinya. Penggambaran gaya hidup dalam penelitian ini menggunakan metode psikografi. Psikografi sendiri adalah teknik utama yang digunakan oleh peneliti konsumen sebagai ukuran operasional dari gaya hidup. Psikografi atau yang biasa disebut dengan istilah AIO, mengacu pada pengukuran aktivitas, minat dan opini seseorang. AIO sendiri merupakan singkatan dari *Activities, Interest, Opinion*. Pengukuran AIO biasanya digunakan untuk mengetahui segmen pasar yang tepat bagi produk yang dihasilkan oleh produsen. Gaya hidup dari setiap orang memiliki perbedaan, dimana gaya hidup ini kemudian akan mempengaruhi budaya konsumsi dan juga barang-barang yang biasa mereka konsumsi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, didapatkan beberapa rumusan masalah, antara lain sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh aktivitas, minat dan opini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang secara simultan terhadap konsumsi Indomie ?
2. Apakah ada pengaruh aktivitas, minat dan opini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang secara parsial terhadap konsumsi Indomie ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis dapat merumuskan tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh aktivitas, minat dan opini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang secara simultan terhadap konsumsi Indomie
2. Mengetahui pengaruh aktivitas, minat dan opini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang secara parsial terhadap konsumsi Indomie

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak diantaranya adalah :

1. Konsumen

Penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa sebagai konsumen untuk lebih memilih gaya hidup dan konsumsi makanan yang lebih baik lagi dengan adanya informasi dari penelitian ini.

2. Universitas/Institusi

Penelitian ini berguna bagi Universitas/Institusi sebagai informasi, bahan rujukan atau acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai gaya hidup

mahasiswa dalam mengkonsumsi mie instan atau untuk penelitian yang sejenis.

1.5 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel

1. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan maupun mengkonsumsi. Penelitian ini memfokuskan pada keputusan pembelian atau konsumsi mahasiswa terhadap Indomie.
2. Gaya hidup, dalam penelitian ini gaya hidup adalah cara mahasiswa dalam mengelola waktu dan uangnya yang berkaitan dengan kegiatan atau aktivitas mereka, ketertarikan (minat) mahasiswa akan sesuatu dan pendapat (opini) mahasiswa terhadap fenomena atau kejadian disekitarnya.
3. Aktivitas dalam penelitian ini berkaitan dengan kegiatan akademik mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang
4. Minat merupakan sesuatu yang bisa membuat mahasiswa tertarik pada makanan, yang muncul apabila sudah terpengaruh dengan mutu dan kualitas suatu produk.
5. Opini adalah suatu pandangan, keputusan atau taksiran yang terbentuk di dalam pikiran mahasiswa mengenai suatu persoalan tertentu, seperti pendapat mahasiswa tentang fenomena konsumsi Indomie yang tengah terjadi dikalangan mahasiswa dan pandangan mahasiswa tentang Indomie dimasa yang akan datang.
6. Mahasiswa adalah peserta didik Universitas Muhammadiyah Malang yang berstatus aktif angkatan 2015-2018 program Sarjana yang mengkonsumsi Indomie.

7. Konsumsi adalah berkaitan dengan frekuensi konsumsi dan manfaat yang diperoleh oleh mahasiswa dari mengkonsumsi Indomie.
8. Indomie merupakan salah satu jenis makanan cepat saji terbuat dari tepung yang banyak digemari oleh kalangan mahasiswa. Indomie yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua varian rasa produk Indomie dengan berat bersih 70-85 gram.
9. Skala Likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel gaya hidup yang meliputi tiga aspek yaitu Aktivitas, Minat dan Opini. Skala likert merupakan skala psikometrik yang umumnya digunakan dalam angket untuk mengukur persepsi, sikap dan pendapat dan sering digunakan dalam riset berupa penelitian survei.

1.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang bisa memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai-nilai, yaitu adanya variabel dependent dan independent. Variable dependent atau bisa disebut variable terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan adanya variable independent. Variable independent adalah variabel yang mempengaruhi variable dependent. Variable-variable dalam penelitian ini adalah :

- a. Variable X (Variable Independent) adalah Gaya hidup yang terdiri dari aspek Aktivitas (X1), Minat (X2) dan Opini (X3).
 - 1) Aktivitas adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa dalam menghabiskan waktunya. Variabel ini diukur dengan menggunakan

indikator kuliah ($X_{1.1}$), diskusi kelompok ($X_{1.2}$) dan kegiatan organisasi ($X_{1.3}$).

2) Minat merupakan sesuatu yang bisa membuat mahasiswa tertarik pada makanan yang muncul apabila sudah terpengaruh dengan mutu dan kualitas suatu produk tersebut. Variabel ini diukur menggunakan indikator varian rasa produk ($X_{2.1}$), kepraktisan produk ($X_{2.2}$), produk sesuai dengan daya beli mahasiswa ($X_{2.3}$).

3) Opini merupakan pendapat dari setiap mahasiswa yang berasal dari pribadi mereka sendiri mengenai suatu pandangan, keputusan atau taksiran yang terbentuk di dalam pikiran mahasiswa mengenai suatu persoalan tertentu. Variabel ini diukur menggunakan indikator diri sendiri ($X_{3.1}$), budaya ($X_{3.2}$), dan masa depan ($X_{3.3}$).

b. Variabel Y (Variabel Dependent) adalah Konsumsi Indomie. Konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan menggunakan manfaat dari barang atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidup. Variabel ini diukur menggunakan indikator Frekuensi konsumsi ($Y_{1.1}$), Manfaat yang diperoleh ($Y_{1.2}$, $Y_{1.3}$).